

# 《流营销——向可口可乐、星巴克等2》

## 图书基本信息

书名：《流营销——向可口可乐、星巴克等20个一流品牌学APP营销》

13位ISBN编号：9787121211140

10位ISBN编号：7121211149

出版时间：2013-9-1

出版社：电子工业出版社

作者：林之晨

页数：252

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

## 《流营销——向可口可乐、星巴克等2》

### 内容概要

2011年，苹果在全球卖出了近1亿部iPhone。也就是说，仅在这一年当中，全世界每75个人，就有一个人买了一部iPhone。同年第四季度，苹果卖出了1540万台iPad。这个数量比同期全球台式计算机的市场还大，也比PC市场占有率第一的惠普卖出的笔记本电脑还多。

这些智能设备还不是重点，重点是它们搭载的上网功能很快将会重新定义这个世界。

当初，互联网还被我们“拴”在桌上，它就已经重新定义了出版、零售、游戏、电影、音乐、广告，甚至是社交，现在，这头猛兽脱了缰、长了脚，可以跟着人们到处跑，请问这个世界还有什么事情能不被它重新打造呢？

所以，营销当然也无法幸免。

这里所谓的营销，不是那种“在家赚钱”、“网站冲人气”的不入流的伎俩，更不是什么“粉丝加油赞”的选举口号。这里的营销，是扎扎实实地从产品、定位、价格到客户，不断改良商业模式的“市场学循环”。

## 《流营销——向可口可乐、星巴克等2》

### 作者简介

林之晨（Mr. Jamie），appWorks之初创业投资股份有限公司创办人兼合伙人，台湾大学化工辅经济学士，纽约大学商学院（NYU Stern）企业管理硕士，主修财务、经济与创业，通过著名的“appWorks育成计划”已经帮助并投资了超过80个互联网公司。拥有13年互联网产业经验，专注营销、产品、渠道、媒体、财务和管理等领域，曾参与创办哈酷网、硕网资讯、Sosauce和Muse Games等互联网公司。

## 书籍目录

前传 大众媒体已死？	
这个世界，正在以你无法想象的速度变化着！	
一、媒体大洗牌 / 005	
被洗脑的一代？ / 007	
Google创造大未来 / 009	
二、媒体金字塔的崩解 / 013	
三、衰退的必然 / 016	
四、收视率不是注意力 / 018	
五、传统媒体为何无法成功转型？ / 019	
媒体人怎么看 / 022	
重点回顾 / 026	
序曲 网络和你想的不一样	
这是一个全新的世界，而你本来就在其中！	
一、Facebook好友取代乡民与网友 / 029	
你所不知道的Facebook / 030	
从此网络开始玩真的 / 031	
二、社交媒体抬头，大众媒体失宠 / 035	
社交媒体是什么？ / 035	
三、搭载智能手机，网络渗透到每分每秒 / 038	
智能手机的前世今生 / 039	
真正的移动上网 / 039	
卖App和卖Apple一样多 / 040	
App Internet革命 / 041	
四、Web 3.0——真实、多元、无所不在 / 043	
媒体人怎么看 / 044	
重点回顾 / 045	
A篇 流行销	
网络营销可以用极低的预算达到惊人的效果！	
A-1 目标客户 / 054	
一、搜索引擎 / 056	
二、新闻媒体 / 056	
三、社交媒体 / 057	
内容网站 / 057	
论坛 / 058	
社交网站 / 058	
重点是了解 / 059	
四、移动平台 / 059	
媒体人怎么看 / 061	
重点回顾 / 063	
A-2 推广 / 064	
一、搜索：让客人“找上门” / 065	
SEO（搜索引擎优化） / 065	
SEM（搜索引擎营销） / 067	
二、新闻媒体 / 069	
公关 / 070	
广告 / 070	
软文 / 071	

## 三、社交媒体 / 074

内容网站 / 075

网志 / 075

官方网志 / 076

论坛 / 081

## 四、移动平台 / 085

移动浏览器与Mobile Web / 086

更重要的渠道——Mobile Apps / 090

## 五、是不是很好玩？ / 094

重点回顾 / 095

A-3 产品 / 096

### 一、转换一：追我吧！ / 098

选项一：电子报 / 098

选项二：粉丝团/追踪 / 100

选项三：RSS订阅 / 101

选项四：下载我的App / 102

### 二、转换二：用我吧！ / 104

新手上路，拉他一把 / 104

简单，更简单 / 106

分析、反馈、不断优化 / 110

### 三、转换三：付钱吧！ / 116

电子商务 / 117

导购 / 122

广告 / 124

付费服务与内容 / 125

游戏 / 134

ARPU和客单价 / 138

### 四、转换四：留下吧！ / 139

一切从了解开始 / 140

网络效应 / 142

搬家成本 / 144

忠诚度计划 / 146

回购优惠 / 148

定价策略 / 148

精确追踪LTV / 148

### 五、转换五：推荐吧！ / 150

追踪病毒参数 / 151

推荐诱因 / 152

社交媒体优化 / 154

赢来的媒体 / 154

## 六、漏斗与引擎 / 155

转换漏斗（Conversion Funnel） / 155

成长引擎（Growth Engines） / 155

媒体人怎么看 / 159

重点回顾 / 160

B篇 APP营销

如果现在全世界有1亿个网站，那么10年后，将会有10亿个Apps！

B-1 营销的Apps / 164

### 一、品牌互动 / 165

二、贴心服务 / 173
售前服务 / 173
售中服务 / 180
售后服务 / 185
三、销售渠道 / 190
四、成为“移动企业” / 200
媒体人怎么看 / 201
重点回顾 / 203
B-2 营销一个App / 204
一、目标客户 (Target Audience) / 206
iPhone和Android大不同 / 206
应用商店 / 207
其他Apps / 207
二、推广活动 (Promote) / 208
应用商店 / 208
商店SEO / 209
其他Apps / 209
三、追踪推送 (Follow) / 211
四、使用 (Usage) / 212
五、收益 (Revenue) / 213
收费渠道 / 214
带到店内 / 216
这是一部电话 / 216
六、留下 (Retention) / 216
Mobile Social的网络效应 / 217
推送 / 217
更新 / 218
七、推荐 (Referrals) / 218
八、记住，是TAP FURRR / 219
媒体人怎么看 / 221
重点回顾 / 223
One More Thing / 224
数据源 / 225
相关用词对照表 / 227

## 《流营销——向可口可乐、星巴克等2》

### 精彩短评

- 1、果然图书馆的书都不在豆瓣的常读。本来以为是介绍APP营销的。略读了一下。文风不太对。示意图略LOW。不喜欢
- 2、浅显易懂，不过没有什么实战性。

## 《流营销——向可口可乐、星巴克等2》

### 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)